

Pemanfaatan Media TikTok Akun @rossiii_ Dalam Menunjukkan Sikap Kepercayaan Diri Remaja Putri IKRA GSP

Aulia Nuraziza¹, Ayu Nur Faadiyah², Nabilah³
aulianuraziza16@gmail.com¹, ayunurfaadiyah12@gmail.com², nabilah.nbl@bsi.ac.id³
Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
*Korespondensi: ✉ ayunurfaadiyah12@gmail.com

Abstract

This research aims to investigate the use of the TikTok account @rossiii_ to demonstrate self-confidence among young women in the IKRA GSP community, and further, to identify the motives and gratifications they derive from consuming this specific media content. TikTok has rapidly become a dominant global social media platform, with content creators like @rossiii_, who specialize in clothing and fashion ideas, significantly shaping young people's choices and public self-expression.

In this research employs an Interpretative Paradigm and employs a Descriptive Qualitative Approach with a Case Study design. Data collection was conducted systematically through observations of community members, in-depth interviews with key informants from young women in IKRA GSP, and careful documentation of TikTok content. This study is theoretically grounded in Uses and Gratifications Theory, analyzing findings based on audience motives (Information, Personal Identity, Social Integration, and Entertainment) and the resulting gratifications. This analysis critically links the use of this media to three components of self-esteem: cognitive (acquisition of knowledge about wardrobe coordination), affective (generation of positive feelings and motivation), and conative (behavioral actions in implementing new styles). This study is expected to provide a comprehensive framework for understanding how very specific social media content is actively sought and used by young women to fulfill their needs for expression and increase their self-esteem, enriching the application of Uses and Gratifications Theory in the digital fashion influence landscape.

Status Artikel:

Diterima: 21-01-2026
Direvisi: 13-02-2026
Diterima: 27-02-2026

Keywords:

Media content;
TikTok;
Self-Confidence;
Uses and Gratifications Theory;
Young women.



© 2026 Aulia Nuraziza¹, Ayu Nur Faadiyah², Nabilah³

This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

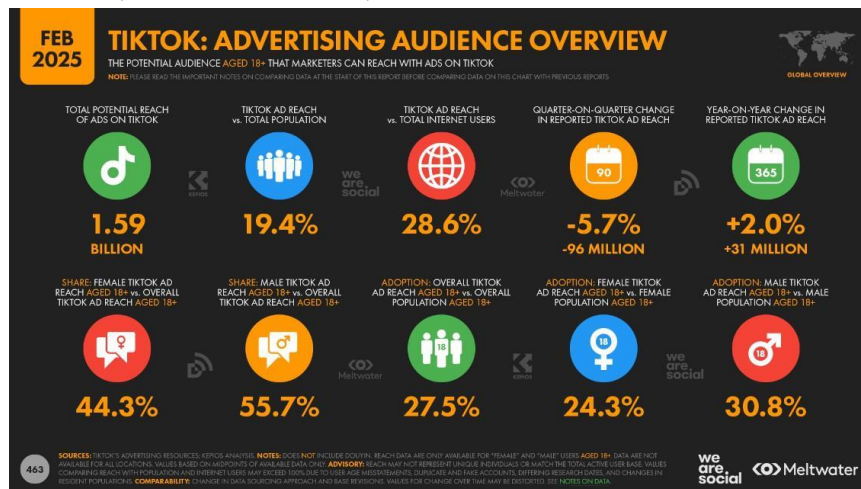
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi membawa perubahan signifikan dalam perilaku masyarakat, khususnya melalui kehadiran media sosial. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang bagi individu untuk membangun identitas diri, mengekspresikan kepribadian, serta memperoleh pengakuan sosial. Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi

kalangan remaja yang berada pada fase pencarian jati diri. Beragam platform media sosial seperti Instagram, X, WhatsApp, dan Tiktok hadir, namun Tiktok menjadi salah satu platform yang paling populer dan mengalami pertumbuhan pengguna yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir.

Tiktok merupakan platform untuk menonton video-video pendek yang diunggah oleh para kreator dengan berbagai bentuk ekspresi. Namun, di sisi lain, pemakaian Tiktok juga bisa memiliki dampak baik maupun buruk. Dampak positifnya meliputi, memberikan peluang bagi anak muda mengekspresikan diri secara kreatif melalui pembuatan dan pembagian video, menawarkan hiburan bagi pengguna, dan memudahkan remaja untuk berinteraksi dengan seseorang memiliki minat dan hobi yang sama. Dampak negatifnya bisa menyebabkan penggunaan yang berlebihan dan kecanduan, dapat mengganggu waktu dan produktivitas remaja (Novitasari et al., 2023).

Tiktok digunakan anak-anak, remaja, orang dewasa, dan bahkan juga orang tua karena mudah digunakan dan diakses. Banyak orang yang menyukai Tiktok karena bisa mendapat hiburan serta informasi. Semua orang bisa membuat atau menonton video dari berbagai usia, latar belakang, dan dari berbagai negara. Masyarakat juga mudah mendapatkan berbagai informasi apa pun melalui aplikasi ini (Mutiah et al., 2022).



Gambar 2. Data Reportal

Menurut laporan DataReportal Februari 2025, jumlah pengguna Tiktok di seluruh dunia mencapai 1,59 miliar orang. Data tersebut menunjukkan bahwa 27,5% dari populasi global berusia 18 tahun ke atas menggunakan Tiktok. Secara keseluruhan, 19,4% dari total populasi dunia dan 28,6% dari pengguna internet dapat dijangkau melalui iklan di Tiktok. Diliat dari data tersebut menunjukkan bahwa 44,3% audiens Tiktok merupakan perempuan, sedangkan 55,7% merupakan laki-laki. Pada tingkat negara, Indonesia menempati posisi kedua dengan jumlah pengguna Tiktok sebanyak 107,6 juta orang.

TikTok tidak hanya tempat untuk bersenang-senang, tetapi juga menjadi media untuk berbagai informasi dan tren terbaru. Terdapat berbagai macam kreator konten di Tiktok, mulai dari yang membagikan konten tentang traveling, makeup, hingga outfit. Tiktok semakin menarik bagi para penggunanya karena adanya spill outfit, di mana orang, terutama remaja, yang mencari saran tentang pakaian, perawatan kulit, atau berbagai produk kecantikan yang berguna untuk menjaga kesehatan dan penampilan kulit, dan lain-lain. Pengguna Tiktok yang awalnya datang untuk mencari hiburan, akhirnya terpengaruh oleh konten fashion dan memutuskan untuk membeli (Adawiyah, 2020).

Banyak konten kreator yang memanfaatkan platform ini untuk membagikan ide berpakaian. Mereka memainkan peran penting dalam membentuk opini masyarakat dan memengaruhi cara orang membeli barang. Kreator yang membahas pakaian pun cukup berpengaruh terhadap minat penonton. Jika pakaian yang ditampilkan terlihat bagus dan konten kreator itu merekomendasikannya untuk membeli, biasanya penonton jadi tertarik dan ingin membelinya. TikTok sangat memengaruhi pilihan berpakaian para remaja, dengan banyak mahasiswa terinspirasi oleh tren di platform tersebut (Salsabila, 2024).

Terdapat tiga aspek utama dalam pembentukan sikap, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. TikTok menjadi wadah bagi remaja putri untuk menumbuhkan dan menampilkan rasa percaya diri melalui konten seputar outfit. Dari aspek kognitif, remaja memperoleh pengetahuan serta pemahaman baru mengenai cara memadupadankan pakaian agar terlihat menarik. Aspek afektif tampak ketika penonton merasakan emosi positif, seperti senang dan termotivasi, yang kemudian menumbuhkan rasa percaya diri setelah melihat konten tersebut. Sementara aspek konatif terlihat dari tindakan nyata, seperti keberanian untuk mencoba gaya berpakaian baru yang mencerminkan kepribadian dan kepercayaan diri mereka (Sa'bania, 2024). Konten yang di TikTok dapat memengaruhi pembentukan sikap percaya diri remaja putri melalui peningkatan pengetahuan, perasaan positif, dan dorongan untuk bertindak lebih percaya diri.

Ini menunjukkan adanya tindakan meniru di kalangan remaja, di mana mereka meniru gaya berpakaian yang ditampilkan konten kreator di TikTok. Penelitian menyebutkan bahwa media sosial TikTok memiliki pengaruh terhadap perilaku imitasi fashion remaja, dengan banyak pelajar yang mengadopsi gaya berpakaian dari konten yang mereka tonton. Hal ini menunjukkan bahwa konten fashion di TikTok bukan hanya memberi inspirasi, tetapi juga memengaruhi perilaku dan preferensi berpakaian remaja.

Salah satu konten kreator TikTok yang ada di Indonesia adalah @rossiii_, yang dikenal dengan konten-konten outfit-nya. Akun tersebut memiliki 321,1 rb pengikut dan sudah mendapat 9,5 juta suka per tanggal 19 Oktober 2025. Dengan gaya berpakaian yang keren, akun ini berhasil menarik perhatian banyak pengguna, termasuk remaja putri. Konten yang dibagikan oleh @rossiii_ seringkali menjadi referensi bagi pengikutnya dalam memilih dan memadupadankan pakaian.

Berbagai penelitian terdahulu umumnya mengkaji TikTok sebagai media yang memengaruhi perilaku konsumtif, tren fashion, serta gaya berpakaian remaja. Namun demikian, kajian yang secara khusus menelaah pemanfaatan akun TikTok tertentu dalam membentuk dan menampilkan sikap kepercayaan diri remaja putri, terutama dalam konteks komunitas lokal, masih relatif terbatas. Selain itu, peran konten outfit di TikTok dalam membangun kepercayaan diri remaja putri di wilayah tertentu belum banyak mendapat perhatian dalam penelitian sebelumnya. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang mendasari dilakukannya studi ini. Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap satu akun TikTok spesifik, yaitu @rossiii_, dengan pendekatan kualitatif berbasis pengalaman subjek serta penggunaan teori Uses and Gratifications untuk memahami bagaimana konten outfit dimanfaatkan secara aktif oleh remaja putri IKRA GSP dalam membentuk pengetahuan, perasaan positif, dan tindakan yang mencerminkan sikap kepercayaan diri.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma *interpretivisme*, yaitu paradigma yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang bersifat subjektif dan dibentuk melalui proses interpretasi individu. Paradigma ini menekankan pada upaya memahami makna yang dikonstruksi oleh subjek penelitian berdasarkan pengalaman dan interaksi sosial mereka (Hadi et al., 2021).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami tindakan, perilaku, serta fenomena sosial yang dialami individu maupun kelompok dalam situasi alami (Hadisaputra, 2020). Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena secara mendalam dan detail tanpa terlalu fokus pada penjelasan sebab akibat.

Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus merupakan desain penelitian yang dilakukan secara fokus dan mendalam terhadap suatu peristiwa, kelompok, atau aktivitas tertentu guna memperoleh pemahaman yang komprehensif (Hadi et al., 2021). Dalam penelitian ini, studi kasus digunakan untuk mengkaji secara mendalam pemanfaatan konten TikTok akun @rossiii_ dalam menunjukkan sikap kepercayaan diri remaja putri IKRA GSP. Desain ini memungkinkan peneliti memusatkan perhatian pada satu konteks sosial tertentu sehingga fenomena dapat dipahami secara lebih spesifik

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara. Teknik-teknik tersebut dikelompokkan ke dalam data primer dan data sekunder berdasarkan sumber perolehannya. Data primer merupakan data utama yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama, yaitu informan yang terlibat langsung dalam fenomena penelitian (Sulung et al., 2024).

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung perilaku dan aktivitas remaja putri IKRA GSP dalam menggunakan TikTok. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai cara mereka mengekspresikan diri serta menunjukkan sikap kepercayaan diri melalui penggunaan media sosial TikTok (Hadisaputra, 2020).

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara mendalam dengan informan terpilih dari remaja putri IKRA GSP. Teknik ini digunakan untuk menggali pandangan, pengalaman, serta pemaknaan informan terhadap konten TikTok akun @rossiii_. Wawancara dilakukan secara langsung agar peneliti dapat memperoleh data yang lebih detail dan mendalam (Hadisaputra, 2020).

Data sekunder diperoleh dari sumber tidak langsung, data sekunder dalam penelitian ini meliputi buku, jurnal ilmiah, dan skripsi yang relevan dengan topik media sosial TikTok, remaja, dan kepercayaan diri. Data ini digunakan untuk memperkuat landasan teori dan mendukung analisis hasil penelitian (Sulung et al., 2024).

Penelitian ini dilakukan di lingkungan Perumahan Griya Sawangan Permai (GSP), dengan fokus pada komunitas remaja IKRA. Subjek penelitian adalah remaja putri IKRA GSP yang aktif menggunakan aplikasi TikTok dan mengikuti akun @rossiii_. Objek penelitian adalah pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sarana pembentukan dan penunjukan sikap kepercayaan diri remaja putri. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu dari September hingga Desember 2025.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan dan menguji kesesuaian informasi yang

diperoleh dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data, yaitu observasi dan wawancara (Arianto, 2024). Penerapan triangulasi bertujuan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian serta meminimalkan potensi bias, sehingga data yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motif dan Kepuasan dalam Pemanfaatan Akun TikTok @rossiii

Dalam perspektif teori Uses and Gratifications, audiens dipandang sebagai pihak yang aktif dan memiliki kesadaran dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Oleh karena itu, pembahasan pada bagian ini diawali dengan analisis motif yang melatarbelakangi remaja putri IKRA GSP dalam memanfaatkan akun TikTok @rossiii_, serta tingkat kepuasan yang mereka peroleh setelah mengonsumsi konten tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan telah menggunakan TikTok secara intensif dalam kehidupan sehari-hari dan menjadikannya sebagai salah satu sumber utama dalam mencari hiburan dan referensi visual. Akun @rossiii_ tidak hanya dikonsumsi secara tidak sengaja melalui fitur For You Page (FYP), tetapi juga diakses secara sengaja ketika informan membutuhkan inspirasi berpakaian. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan akun tersebut bersifat aktif dan terarah.

Ditinjau dari motif penggunaan media, penelitian ini menemukan empat motif utama yang selaras dengan klasifikasi motif penggunaan media menurut McQuail, yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan. Motif informasi tercermin dari pernyataan informan yang menyebutkan bahwa konten outfit yang ditampilkan oleh akun @rossiii_ memberikan pengetahuan baru mengenai cara memadupadankan pakaian secara sederhana namun tetap terlihat rapi dan elegan. Informasi yang diperoleh membantu informan memahami bahwa penampilan menarik tidak selalu bergantung pada pakaian yang mahal atau berlebihan, melainkan pada kesesuaian dan kerapian.

Motif identitas pribadi juga tampak dominan dalam temuan penelitian ini. Informan menilai bahwa gaya berpakaian yang ditampilkan oleh akun @rossiii_ sesuai dengan karakter dan preferensi pribadi mereka. Konten tersebut berperan sebagai referensi dalam menemukan dan menguatkan gaya berpakaian yang dianggap merepresentasikan diri mereka. Hal ini sejalan dengan pandangan Uses and Gratifications yang menyatakan bahwa media dapat digunakan sebagai sarana pembentukan dan penguatan identitas diri.

Selain itu, motif integrasi dan interaksi sosial terlihat dari pengalaman informan yang menjadikan konten outfit sebagai bahan diskusi dengan teman. Konten dari akun @rossiii_ kerap dibagikan atau dibicarakan dalam percakapan sehari-hari, terutama ketika informan akan menghadiri suatu kegiatan bersama. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media tidak hanya bersifat individual, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk mempererat hubungan sosial dan meningkatkan rasa kebersamaan dalam kelompok.

Motif hiburan turut melengkapi alasan penggunaan akun tersebut. Informan menyatakan bahwa menonton konten outfit dari akun @rossiii_ memberikan perasaan senang, rileks, serta membantu mengurangi kejenuhan akibat rutinitas sehari-hari. Dengan demikian, TikTok berfungsi sebagai media hiburan yang ringan sekaligus inspiratif.

Berkaitan dengan kepuasan media, hasil penelitian menunjukkan adanya kesesuaian antara kepuasan yang dicari (Gratification Sought) dan kepuasan yang diperoleh (Gratification Obtained). Informan membuka TikTok dengan harapan memperoleh hiburan dan inspirasi

berpakaian, dan setelah menonton konten @rossiii_, harapan tersebut dinilai terpenuhi. Mereka tidak hanya merasa terhibur, tetapi juga memperoleh ide outfit yang dapat langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Temuan ini sejalan dengan konsep Palmgreen yang menyatakan bahwa kepuasan media tercapai apabila pengalaman yang diperoleh sesuai atau melebihi harapan awal pengguna.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan akun TikTok @rossiii_ oleh remaja putri IKRA GSP didorong oleh motif yang jelas dan menghasilkan kepuasan yang nyata. Kondisi ini menjadi landasan penting yang memungkinkan munculnya pengaruh media terhadap sikap kepercayaan diri, yang selanjutnya dibahas pada bagian berikutnya.

Pemanfaatan Akun TikTok dalam Menunjukkan Sikap Kepercayaan Diri Remaja Putri

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan akun TikTok @rossiii_ tidak hanya berhenti pada pemenuhan kebutuhan informasi dan hiburan, tetapi juga berkontribusi dalam pembentukan sikap kepercayaan diri remaja putri IKRA GSP. Pembentukan sikap ini dapat dianalisis melalui tiga aspek sikap, yaitu kognitif, afektif, dan konatif.

Pada aspek kognitif, informan mengalami peningkatan pengetahuan dan pemahaman mengenai cara berpakaian yang baik dan menarik. Konten outfit yang ditampilkan membantu mereka memahami prinsip dasar berpakaian, seperti kerapian, kecocokan warna, dan kesederhanaan. Pemahaman ini membuat informan memiliki sudut pandang baru bahwa kepercayaan diri tidak selalu bergantung pada mengikuti tren secara berlebihan, melainkan pada kemampuan menyesuaikan pakaian dengan diri sendiri. Aspek kognitif ini menjadi fondasi awal dalam pembentukan sikap percaya diri.

Dari aspek afektif, seluruh informan mengungkapkan adanya perasaan positif setelah menonton konten @rossiii_. Perasaan senang, kagum, termotivasi, dan meningkatnya mood menjadi respons emosional yang paling sering dirasakan. Konten outfit yang relatable membuat informan merasa lebih menerima diri sendiri dan mengurangi rasa insecure terhadap penampilan. Hal ini menunjukkan bahwa media tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mampu membangkitkan emosi positif yang berperan penting dalam pembentukan kepercayaan diri remaja.

Aspek konatif terlihat dari perubahan perilaku informan setelah mengonsumsi konten tersebut. Informan menjadi lebih berani mencoba gaya berpakaian baru, lebih percaya diri saat keluar rumah, dan tidak lagi ragu mengekspresikan diri melalui penampilan. Tindakan nyata ini menunjukkan bahwa sikap percaya diri yang terbentuk tidak berhenti pada pemikiran dan perasaan, tetapi juga tercermin dalam perilaku sehari-hari. Temuan ini sejalan dengan konsep sikap yang menyatakan bahwa aspek konatif berkaitan dengan kecenderungan individu untuk bertindak berdasarkan pengetahuan dan perasaan yang dimilikinya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan akun TikTok @rossiii_ oleh remaja putri IKRA GSP merupakan bentuk penggunaan media yang aktif dan bermakna. Remaja tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi secara sadar memanfaatkan konten untuk memenuhi kebutuhan, membangun identitas diri, serta meningkatkan kepercayaan diri. Temuan ini memperkuat teori Uses and Gratifications yang menempatkan audiens sebagai subjek aktif dalam penggunaan media, serta menunjukkan bahwa konten fashion di TikTok dapat

memiliki implikasi positif terhadap pembentukan sikap kepercayaan diri remaja putri, khususnya dalam konteks komunitas lokal seperti IKRA GSP.

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut, dapat ditegaskan bahwa terdapat pemanfaatan media TikTok akun @rossiii_ dalam menunjukkan sikap kepercayaan diri remaja putri IKRA GSP. Pengaruh yang ditimbulkan bersifat positif dan tercermin melalui peningkatan pengetahuan berpakaian (kognitif), munculnya perasaan nyaman dan percaya diri (afektif), serta keberanian untuk mengekspresikan diri melalui penampilan (konatif). Dengan demikian, penelitian ini menjawab rumusan masalah sekaligus memperkuat kajian dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya terkait peran media sosial TikTok dalam pembentukan sikap kepercayaan diri remaja putri.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pemanfaatan media TikTok akun @rossiii_ dalam menunjukkan sikap kepercayaan diri remaja putri IKRA GSP, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Motif dan kepuasan dalam pemanfaatan akun TikTok @rossiii_ oleh remaja putri IKRA GSP terbukti diterapkan secara aktif dan bermakna.

Remaja putri IKRA GSP memanfaatkan akun Tiktok @rossiii_ dengan didorong oleh berbagai motif, meliputi motif informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan. Motif informasi tercermin dari kebutuhan akan referensi berpakaian yang sederhana dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, sementara motif identitas pribadi tampak dari penggunaan konten sebagai sarana untuk menemukan dan menegaskan gaya berpakaian yang sesuai dengan karakter diri. Selain itu, konten tersebut juga memenuhi kebutuhan interaksi sosial melalui diskusi dengan teman sebaya serta memberikan hiburan yang bersifat ringan dan menyenangkan.

Pemanfaatan tersebut menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi, ditandai dengan kesesuaian antara harapan awal pengguna dan pengalaman yang diperoleh setelah mengonsumsi konten. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motif penggunaan media TikTok akun @rossiii_ berbanding lurus dengan kepuasan yang dirasakan, sebagaimana dijelaskan dalam teori Uses and Gratifications.

2. Terdapat Pemanfaatan media Tiktok akun @rossiii_ dalam menunjukkan sikap kepercayaan diri remaja putri IKRA GSP.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun TikTok @rossiii_ berkontribusi dalam pembentukan dan penunjukan sikap kepercayaan diri remaja putri IKRA GSP melalui tiga aspek sikap, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Pada aspek kognitif, remaja memperoleh pemahaman baru mengenai cara berpakaian yang tepat, sederhana, dan sesuai dengan diri mereka. Aspek afektif ditunjukkan melalui munculnya perasaan positif, seperti rasa nyaman, termotivasi, dan meningkatnya penerimaan diri terhadap penampilan. Selanjutnya, aspek konatif tercermin dari perubahan perilaku, yaitu keberanian untuk mencoba gaya berpakaian baru dan mengekspresikan diri dengan lebih percaya diri dalam kehidupan sehari-hari.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa media sosial TikTok, khususnya akun @rossiii_, dapat berperan sebagai media yang dimanfaatkan secara aktif oleh remaja putri untuk memenuhi kebutuhan personal sekaligus mendukung proses pembentukan sikap kepercayaan diri. Temuan ini memperkuat relevansi teori Uses and

Gratifications serta memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi mengenai peran media sosial dalam perkembangan psikososial remaja putri.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148.
<https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Arianto, B. (2024). *Triangulasi Metoda Penelitian Kualitatif*.
- Rusman. (2021). *PENELITIAN KUALITATIF STUDI FENOMENOLOGI, CASE STUDY, GROUNDED THEORY, ETNOGRAFI, BIOGRAFI*.
- Hadisaputra, M. S. (2020). *PENELITIAN KUALITATIF*.
- Shinta, M. R. (2022). *Gaya Hidup Remaja Melalui Sosial Media Tiktok*.
- Setyawati, P. (2023). *Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Mengembangkan Rasa Percaya Diri*.
- Sa'bania, S. N. (2024). *PENGARUH INTENSITAS MENONTON KONTEN TIKTOK @KOHDENNISLIM TERHADAP SIKAP KEBERAGAMAAN (Survey Pada Followers Tiktok @Kohdennislim)*.
- Salsabila, Q. (2024). *DAMPAK PENGGUNAAN TIKTOK TERHADAP GAYA BERPAKAIAN REMAJA (Studi Pada Siswi Madrasah Aliyah Negeri 1 Model Banda Aceh)*.
- Muspawi, M. (2024). *MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN : PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER*.